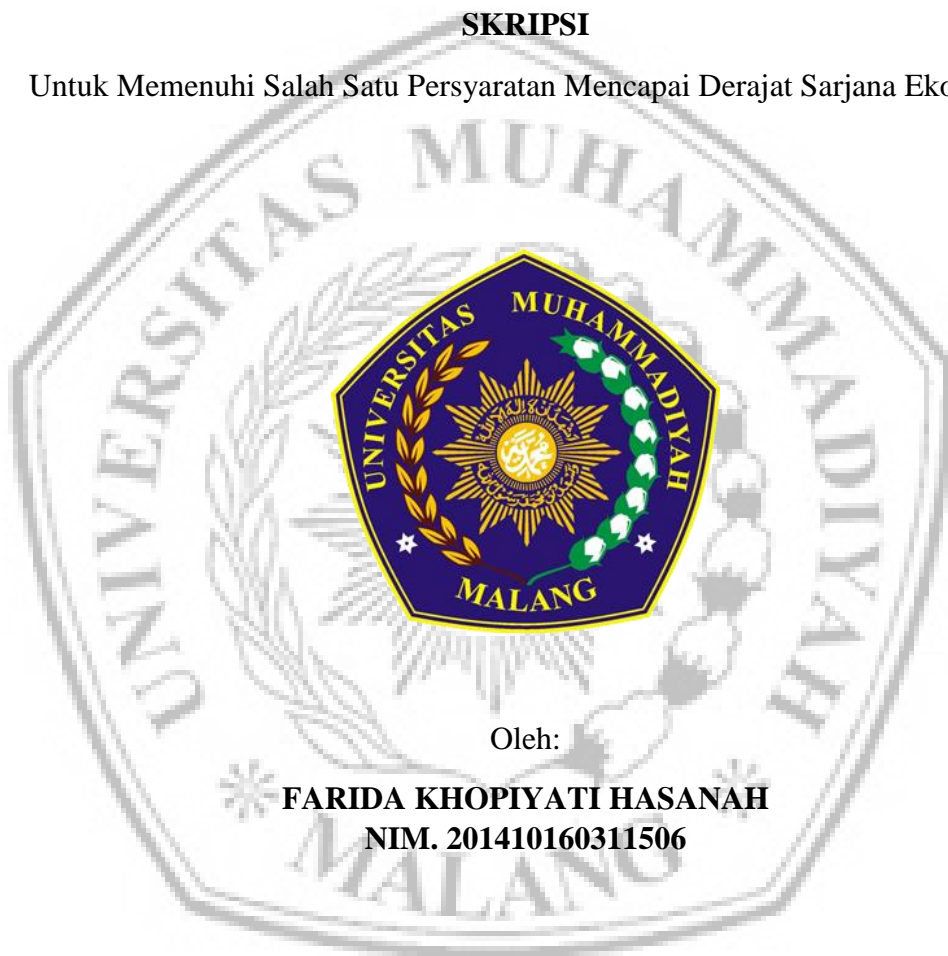


**PENGARUH FASILITAS DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

(Studi pada Objek Wisata Coban Talun)

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh:

**FARIDA KHOPIYATI HASANAH**  
**NIM. 201410160311506**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2018**

**PENGARUH FASILITAS DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

(Studi pada Objek Wisata Coban Talun)

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Ekonomi

Oleh:

**Farida Khopiyati Hasanah**

**201410160311506**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2018**

## SKRIPSI

### PENGARUH FASILITAS DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Studi pada Objek Wisata Coban Talun)

Oleh :

**Farida Khopiyati Hasanah**

201410160311506

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 18 Juli 2018

Pembimbing I,

**Drs. Dicky Wisnu UR., M.M.**

Pembimbing II,

**Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

**Dr. Idah Zuhroh, M.M.**

Ketua Jurusan,

**Dr. Marsudi, M.M.**





## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGARUH FASILITAS DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Studi pada Objek Wisata Coban Talun)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Farida Khopiyati Hasanah

NIM : 201410160311506

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 18 Juli 2018 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Rahmad Wijaya, M.M.

Penguji II : Dr. Marsudi, M.M.

Penguji III : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Penguji IV : Drs. Dicky Wisnu UR., M.M.



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,

Dr. Marsudi, M.M.

1.

2.

3.

4.

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Farida Khopiyati Hasanah

NIM : 201410160311506

Program Studi : Manajemen

Fakultas :Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan sebenar-benarnya bahwa :

1. Skripsi dengan judul **“PENGARUH FASILITAS DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Studi Pada Objek Wisata Coban Talun)”** adalah hasil karya saya dan di dalam naskah skripsi ini terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disebuah perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah diteliti atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
2. Apabila dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur **PLAGIASI SAYA BERSEDIA SKRIPSI INI DIGUGURKAN**, dan **GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN**, serta diproses dengan ketentuan yang berlaku.
3. Skripsi ini dapat dijadikan sebagai sumber pustaka yang merupakan hak bebas royalti non eksklusif

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagai mana mestinya

Malang, Juli 2018

Yang membuat pernyataan

Farida Khopiyati Hasanah

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikumWr. Wb.*

Puji syukur alhamdulillah saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Fasilitas dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung studi pada objek wisata Coban Talun” ini sesuai dengan waktu yang ditentukan. Shalawat serta salam tetap tercurah pada junjungan kita Rasulullah SAW yang telah membawa ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti.

Saya menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini tidak lepas dari hambatan serta kesulitan. Namun, dalam penyusunan tugas akhir ini saya berusaha sebaik mungkin, saya menyadari akan kemampuan dan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman yang saya miliki. Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak khususnya dosen pembimbing yang memberikan solusi atas segala permasalahan tersebut sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu dalam kesempatan ini saya ingin menyampaikan ucapan syukur dan terimakasih yang tulus dan mendalam kepada yang terhormat dibawah ini:

1. Dr. Hj. Idah Zuhroh, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. H. Marsudi, M.M, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dra. Titiek Ambarwati, M.M, selaku dosen wali kelas Manajemen J 2014.

4. Drs. Dicky Wisnu UR., M.M selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk mengkoreksi serta memberikan petunjuk dan masukan yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.
5. Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M, selaku dosen pembimbing yang penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan masukan serta saran hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Bapak/Ibu dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan banyak wawasan serta ilmu pengetahuan.
7. Terima kasih sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya yaitu ayah saya Moh.Kudori dan ib usayaAsmiatun yang selama ini telah membesarkan dan mendidik saya dengan penuh kasih cinta dan sayang, tanpa Lelah bekerja dan terus berdoa demi keberhasilan dan kesuksesan anak-anaknya serta yang tak pernah berhenti memberikan semangat dan dorongan baik moral maupun material kepada saya selama awal mengenyam Pendidikan hingga mendapatkan gelar sarjana.
8. Untuk saudara kandung saya sekaligus kakak laki-laki tercinta dan tersayang Adi Setiawan Kusuma, saya ucapkan terima kasih karena telah memberikan semangat dengan cara yang tak biasa.
9. Terima kasih kepada keluarga Manajemen J 2014 atas kerjasama selama kuliah dan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Sahabat-sahabat seperjuangan Cupi, Emil, Hera, Iis, Vivi, Fatma, Dyas, Putriska, Desi, saya ucapkan terimakasih atas masukan, dukungan serta semangat yang diberikan dalam penyelesaian tugas akhir ini.
11. Sahabat dari SMA hingga kuliah Nova Aiedha yang selalu setia mendengarkan keluh kesah meski beda jurusan tapi masih satu Gedung saya ucapkan terima kasih atas semangat dan support yang diberikan untuk segera menyelesaikan kuliah ini hingga akhir.
12. Terima kasih kepada 125 responden yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuisioner yang telah saya bagikan sebagai data penunjang penelitian ini.

13. Teman-teman seperjuangan bimbingan skripsi yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.
14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Penulis percaya bahwa budi baik yang mendorong serta kerjasama yang telah penulis terima dari Bapak / Ibu / Saudara/I pasti akan mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Akhirnya penulis berharap semoga tulisan ini memiliki manfaat bagi pengembangan penelitian selanjutnya.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Malang, 10 Juli 2018

Penulis,

Farida Khopiyati Hasanah



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
A. Tinjauan Teori .....	9
B. Penelitian Terdahulu .....	36
C. Kerangka Pikir .....	38
D. Hipotesis .....	38
BAB III METODE PENELITIAN .....	41
A. Lokasi Penelitian .....	41
B. Jenis Penelitian .....	41
C. Populasi Dan Sampel Penelitian .....	41
D. Teknik Pengambilan Sampel .....	42
E. Definisi Operasional Variabel .....	42
F. Jenis dan Sumber Data .....	44
G. Teknik Pengumpulan Data .....	44
H. Teknik Penskalaan .....	45
I. Uji Instrumen Penelitian .....	46
J. Metode Analisis Data .....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	51
A. Gambaran Umum Responden .....	51
B. Analisis Data .....	58
C. Hasil Pengujian Hipotesis .....	64
D. Pembahasan .....	66

BAB V PENUTUP .....	69
A. Kesimpulan .....	69
B. Saran .....	69
DAFTAR PUSTAKA .....	72
LAMPIRAN	



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 3.2 Skala Likert .....	45
Tabel 4.1 Identitas Responden .....	51
Tabel 4.2 Persepsi Responden Variabel Fasilitas .....	53
Tabel 4.3 Persepsi Responden Variabel Promosi .....	54
Tabel 4.4 Persepsi Responden Variabel Keputusan Berkunjung.....	56
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Keputusan Berkunjung, Fasilitas, Promosi .....	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas .....	60
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas .....	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas .....	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi .....	62
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
Tabel 4.11 Hasil Uji T .....	65

## Daftar Gambar

Gambar 2 .1 Hubungan Variabel Fasilitas, Promosi, Terhadap Keputusan Berkunjung.....	38
--	----



## **Daftar Lampiran**

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 Data Responden

Lampiran 3 Persepsi Responden

Lampiran 4 Uji Validitas

Lampiran 5 Uji Reliabilitas

Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 Analisis Regresi Berganda



## Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. (2002). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta.
- Andreansyah, R. (2014). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara, 3(6), 1–17.
- Amajida, D. L. dan Isbandono, P. (2015). Strategi Perum Perhutani KPH Malang Dalam Mengembangkan Objek Wisata Coban Talun Kota Batu. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*. UNESA
- Damanik, J., dan Helmut F. Weber. (2006). *Perencanaan Ekowisata Dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: Andi
- Fatimah, Sithy. (2014). Persepsi Pengunjung tentang Fasilitas Wisata di Objek Wisata Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota
- Ferdinand, T. Agusty. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi Thesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi Kelima)*. Semarang: Universitas Diponegoro
- \_\_\_\_\_. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi Sembilan)*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Gujarati, D. (2003). *Ekonometri Dasar. Terjemahan :Sumarno Zain*. Jakarta: Erlangga
- Hania, A., Sunarti, & Pangestuti, E. (2016). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 40(1), 186–193.
- Handayani, E., Dedi, M., Pelayanan, K., Kunjungan, J., Muncar, P., Plengkung, P., ... Wesi, P. R. (2017). Pengaruh Promosi Wisata Bahari Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Pelabuhan Muncar Banyuwangi. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 7, 151–160.
- Hermawan, Kertajaya. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran, edisi Milenium*. Jakarta: Prehallindo.



- \_\_\_\_\_. (2005). *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium Jilid 2*. Jakarta: Pearson Education Asia Pte.Ltd dan PT.Prenhallindo
- \_\_\_\_\_, dan Keller, Kevin. Lane. (2012). *Manajemen Pemasaran 14<sup>th</sup> Edition*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta. Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajat. (2004). *Metode Kuantitatif : Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta : UPP AMP YKPN.
- Lalu, Sumayang. 2003. *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lempoy, N. C., Mandey, S. L., dan Loindong, S. S. R. (2015). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder. *Jurnal EMBA*, 3(1), 1072–1083.
- Lovelock, C., Wirtz, J., Mussry J. (2011). *Pemasaran Jasa Perspektif Indonesia Jilid 1 Edisi 7*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Lupiyoadi, R.dan Hamdani, A. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi 2)*. Jakarta:Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat
- \_\_\_\_\_. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Mardiyani, Y., & Murwatiningsih. (2012). Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Kota Semarang. *Management Analysis Journal*, 1(2), 120–128.
- McDaniel, Carl., Joseph F. Hair, Jr dan Charles W. Lamb, Jr. (2001). *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Mohaidin, Z., & Murshid, M. (2017). Factors Influencing Tourists' Intentions To Choose Sustainable Tourism Objectives: A Case Study Penang, Malaysia. Emeraldinsight.
- Novena, V. K., (2013). Pengaruh Bauran promosi Terhadap Keputusan Kunjungan Konsumen Pariwisata Wisata Umbul Sido Mukti
- Olivia, D. F., Goretti, M., dan Endang, W. (2015). Pengaruh Faktor-Faktor Lingkungan Eksternal Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Survei pada Wisatawan Museum Angkut Batu Jawa Timur), 21(1), 1–10.
- Pitana,. I. G. dan Gayatri,. P. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta:Andi
- Purnama, M. syakib. murwatiningsi. (2014). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Proses Keputusan. *Management Analysis Journal*, 1(3), 1–10.

- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Salusu. (1996). *Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*. Jakarta : PT. Gramedia
- Setiadi, Nugroho . J. (2003). *Perilaku Konsumen:Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sirait,. H. (2017). Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Bukit Gebeon Kecamatan Ajibata Toba Samosir. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi*
- Spillane, James. (2000). *Ekonomi Pariwisata :Sejarah dan Prospek*. Yogyakarta:Kanisius.
- Sugiyono. (1999). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ketujuh. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_. (2013). *Statistic Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sutisna, (2001). *Perilaku konsumen dan komunikasi*. Bandung: PT. Rosada Karya
- Suwantoro, G. (2000). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sirait,. H. (2017). Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Bukit Gebeon Kecamatan Ajibata Toba Samosir. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi*
- Tjiptono,. F. (2008). *Pemasaran Jasa. Edisi Ketiga*. Malang: Bayumedia
- Umar, Husein. (2000). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Wardah, Z., Topowijono, dan Endang, M. G. W. (2016). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Taman Safari II Prigen Pasuruan). *Administrasi Bisnis (JAB)*, 40(1), 23–30.
- Yoeti, A. O. (1999). *Pengantar Ilmu Pariwisata Edisi Revisi*. Bandung: Angkasa
- \_\_\_\_\_. (2005). *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: Penerbit Pradnya Paramita
- \_\_\_\_\_. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Erlangga

Zikmund, W. G. dan, Babin, B. J. (2013). *Menjelajahi Riset Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat



Dinas Komunikasi dan informatika Kota Batu. (2013).

<http://website.batukota.go.id/> (diakses pada tanggal 17 Oktober 2017)



